

Työnetsijä-palvelun verkkosivut

Aija Vuorijärvi

Tekijä tai tekijät Aija Vuorijärvi	Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2011
Raportin nimi Työnetsijä-palvelun verkkosivut	Sivu- ja liitesivumäärä 19+7
<p>Opettajat tai ohjaajat Mia-Maria Salmi</p> <p>Verkkosivut ovat nykypäivänä oleellinen osa yritysten viestintää, sillä internetiä käyttää jo suurin osa suomalaisista. On lähes oletus, että jokaiselle yritykselle ja virastolle löytyvät omat verkkosivunsa, joista tietoa on saatavilla kellon ympäri, paikasta riippumatta. Verkkosivujen perustaminen on nykyään myös helppoa ja nopeaa, joten pieniä ja lyhytkestoisiaakin projekteja varten voidaan perustaa verkkosivusto, joka palvelee kohderyhmäänsä.</p> <p>Tämä opinnäytetyö on luonteeltaan toiminnallinen ja sen aihe on syksyllä 2013 toteutetun Työllisyyden Kuntakokeilun pilottihankkeen, Työnetsijä-palvelun verkkosivut. Työnetsijä-palvelun yhdeksi toteuttajaksi oli valittu kilpailutuksen kautta koulutusalan asiantuntijayritys Valmennuskeskus Public, jonka toimeksiantona tämä verkkosivusto tehtiin.</p> <p>Verkkosivut luotiin Työnetsijä-palvelua varten syksyllä 2013 samaan aikaan kun hanke käynnistettiin. Sivuston tavoitteena oli toimia markkinointiviestinnän tukena hankkeen ensimmäisen puolen vuoden aikana, kun siihen etsittiin yhteistyöyrityksiä. Sivusto on rakennettu käyttäen WordPress-julkaisualustaa, jonka etuina ovat nopea ja helppo verkkosivujen perustaminen ja päivitys sekä ylläpito.</p> <p>Opinnäytetyö sisältää teoriaosuuden, jossa käsitellään verkkoviestinnän merkitystä yritysmaailmassa, nykypäivän vaatimuksia verkkosivuille ja verkkosivujen toteutusta. Teoriassa käydään läpi yleisiä käytettävyyteen ja ulkoasuun liittyviä seikkoja sekä verkkosivujen löydettävyyteen liittyviä perusasioita. Tekninen toteutus rajautuu teorian puolella vain valmiiden web-julkaisualustojen toimintaan. Toteutuksessa käsitellään verkkosivujen suunnittelu- ja toteutusvaiheet. Sivuston toiminnallinen ja ulkoasullinen toteutus onnistuivat hyvin, mutta sivuston kävijämääriä olisi ollut hyvä seurata jo alusta alkaen. Tämä olisi helpottanut sivuston tarpeellisuuden arviointia markkinointivaiheessa. Mikäli sivustoa aiotaan jatkossa käyttää, voitaisiin sinne myös perustaa CV-pankki, jota työnantajat voisivat selata ja johon työnhakijat voisivat lisätä ansioluettelonsa.</p>	
<p>Asiasanat Verkkosivut, verkkoviestintä, internet, markkinointi, WordPress</p>	

Degree programme

Authors Aija Vuorijärvi	Group or year of entry 2011
The title of thesis Creating website for Työnetsijä-service	Number of report pages and attachment pages 19+7
Advisor(s) Mia-Maria Salmi	
<p>Web pages are nowadays a key ingredient in business communication since the majority of Finnish people use the Internet on a daily basis. It is assumed that every company or governmental office has a web page, from where information can be fetched around the clock regardless of location. Since creating new web pages is quick and easy, this enables them to be used even for a small project that serves its interest group.</p> <p>This thesis is based on a functional product which relates to Työllisyyden Kuntakokeilu pilot project, started on autumn 2013, and to its web site, Työnetsijä service. One of the selected service providers was Valmennuskeskus Public, a consultant company specialized in educational services, whose assignment this web site was.</p> <p>The web site was created during autumn 2013 for Työnetsijä service, when the project was started. The main purpose for the web site was to act as a support service for marketing communications during the project to help find partner companies. The web site is built on WordPress platform, which gives the benefit of quick installation along with easy update and maintenance process.</p> <p>The thesis contains a theory section which explains the meaning of web marketing for corporate world, current demands for web sites and the creation of the web site. The theory section explains also general usability and user interface guidelines with additional information related to web site findability. The technical theory focuses only on functions of publishing platforms. In practical section the development and implementation process is explained. The functional and visual implementation came out well, but the visitor counter should have been used from the beginning in order to estimate the benefit of the website during the marketing phase. If the website is going to be used in the future, the possibility of CV-bank was visioned as a good option, so that employers could browse resumes that job seekers have submitted.</p>	
Key words Web site, web communications, internet, marketing, WordPress	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Työn rajausta	2
1.2	Työn luonne ja lähestymistapa	2
1.3	Työn rakenne	3
2	Toimeksiantajan esittely	4
3	Verkkoviestinnän merkitys ja verkkosivut	6
3.1	Verkkosivut yritysviestinnän välineenä	6
3.2	Hyvät verkkosivut tänään	8
3.2.1	Ulkoasu ja käytettävyys	8
3.2.2	Sivuston näkyvyys ja löydettävyys	9
3.2.3	Varmuuskopiot	10
3.3	Valmiit julkaisualustat	11
3.3.1	Web-julkaisualustojen mahdollisuudet ja rajoitteet	11
3.3.2	WordPressin perusteet	12
4	Toteutus	14
4.1	Työnetsijä-sivuston suunnittelu	14
4.2	Työnetsijä-sivuston perustaminen	15
4.3	Sivuston varmuuskopiot, sisällönhallintatyökalut ja tietoturvasuus	16
5	Pohdinta	17
	Lähteet	20
	Liitteet	22
	Liite 1. Työnetsijä-sivuston etusivu	22
	Liite 2. Työnetsijä-sivuston esittely	23
	Liite 3. Työnetsijä-sivusto/ Ajankohtaista	24
	Liite 4. Työnetsijä-sivusto/ Yhteystiedot	25
	Liite 5. Työnetsijä-sivusto/ Valmennuskeskus Publicin palvelut	26
	Liite 6. Työnetsijä-sivusto/ Valmennuskeskus Publicin toiminta-alue	27
	Liite 7. Ohjausnäkömää/ Varmuuskopiointi	28

1 Johdanto

Nykypäivänä verkkosivut ja verkkopalvelut koetaan erittäin tärkeiksi asioiksi yritysmaailmassa. Internet on yksi tärkeimmistä markkinointikanavista, sillä internetiä käyttää jo yli 80% yli 15-vuotiaista suomalaisista. Palveluita ja tietoa yrityksistä ei enää haeta puhelinluetteloita selaamalla, vaan verkosta hakukoneen avulla etsimällä. Siksi onkin ensiarvoisen tärkeää, että yritys ja sen tuotteet sekä palvelut ovat asiakkaan löydettävissä sieltä, mistä hän niitä hakee ja juuri silloin kuin hänelle sopii. (Mainostajien Liitto 2012, 33-34).

Myös julkisella sektorilla on siirrytty internet-aikakauteen ja useat virastot tarjoavat tietoa palveluista verkkosivuillaan ja osa palveluista on jopa käytettävissä verkkosivujen kautta. Esimerkiksi työnhaku tapahtuu hyvin suureksi osaksi netissä ja useimmat yritykset ilmoittavat työpaikoistaan pelkästään verkossa lehtimainosten sijaan. Samalla TE-toimistojen palvelut ovat siirtyneet entistä enemmän verkkoon.

Opinnäytetyöni aiheena ja tavoitteena on verkkosivujen toteutus Työnetsijä-palvelua varten. Työnetsijä-palvelu on Turun kaupungin pilottihanke ja osa vuonna 2012 alkanutta Työllisyyden Kuntakokeilu-hanketta, jossa tavoitteena on luoda uusia toimintamalleja pitkäaikaistyöttömien saattamiseksi takaisin työmarkkinoille. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013. Kuntakokeilu) Palvelun tarkoituksena oli yhdistää työtä etsivät pitkäaikaistyöttömät ja Turun talousalueella toimivat pk-yritykset, jotka tarvitsivat työvoimaa.

Palvelu toimi Turun Kaupungin ja Varsinais-Suomen ELY-keskuksen rahoittamana. Työvoimatoimisto ohjasi kokeiluun soveltuvat yli 500 päivää työttömyysetuutta saaneet tai 12 kuukautta yhtämittaisesti ilman työhistoriaa olevana olleet turkulaiset Työnetsijä-palvelun piiriin. Erityisesti syrjäytymisvaarassa olleet henkilöt olivat palvelun kohderyhmää. Työnetsijä-palvelua varten valittiin kilpailutuksessa kaksi alihankkijaa, joiden tehtävänä oli auttaa Työnetsijä-palvelun asiakkaita pääsemään takaisin työmarkkinoille hyödyntäen jo olemassa olevia tukimuotoja kuten Sanssi-korttia tai palkkatukea. Alihankkijoiden tehtävänä oli myös kontaktoida sopivia yrityksiä, joihin asiakkaat voisivat työhistoriansa ja taitojensa puolesta työllistyä.

Verkkosivut valikoituivat aiheekseni työharjoittelupaikkani Valmennuskeskus Publicin kautta. Valmennuskeskus Public oli toinen pilottihankkeen toteuttajaksi valittu yritys ja yksi keskeisimpiä työtehtäviäni harjoittelupaikassani olikin nimenomaan näiden verkkosivujen kehitys ja hallinnointi.

1.1 Työn rajaus

Tässä raportissa kuvaan Työnetsijä-palvelun verkkosivujen toteutuksen ja edelleen kehittämisen työvaiheet vuoden 2013 loppuun mennessä. Keskityn kuvaamaan verkkosivujen suunnittelua ja toteutusta sekä teoriassa että käytännössä. Käyn läpi yleisiä käytettävyyteen, sivujen löydettävyyteen ja ulkoasuun liittyviä seikkoja, mutta teknisistä toteutustavoista keskityn kuvaamaan vain web-julkaisualustoilla tehtävät yleiset toimenpiteet ja erityisesti WordPressin ominaisuudet. Käyn myös läpi suppeasti varmuuskopiointiin liittyviä perusteita. Olen jättänyt pois palvelimien valintaan ja toimintaan liittyvän teorian, sillä en itse vastannut näistä tehtävistä.

Opinnäytetyöni sisältää myös pohdintaa sivuston hyödyllisyydestä ja tarpeellisuudesta samankaltaisia palveluita ajatellen sekä kehitysehdotuksia, mikäli Valmennuskeskus Public seuraavassa kilpailutuksessa valitaan palveluntuottajaksi jatkamaan hanketta.

1.2 Työn luonne ja lähestymistapa

Tämä opinnäytetyö on lähestymistavaltaan toiminnallinen eli kyseessä on tutkimuksen ja itse produktin yhdistävä työ. Opinnäytetyö koostuu siis käytännön elämässä toteutetusta työstä, joka voi olla esimerkiksi opas, suunnitelma, tapahtuma tai lähes mikä tahansa koulutusalaan liittyvä konkreettinen toteutus, joka raportoidaan ja joka sisältää pienimuotoisen tutkielman aiheesta. (Vilka, Airaksinen 2004, 9-10). Tässä tapauksessa produkti on Työnetsijä-palvelulle luodut verkkosivut ja tutkimus verkkosivuja varten haettu teoria ja toteutuksen mukanaan tuoma tietopohja..

Toiminnallinen opinnäytetyö voi olla portfolio tai projekti kuten tässä opinnäytetyössä. Projektille tärkeää on aikataulutus ja projektisuunnitelma. (Vilka, Airaksinen 2004, 47-50). Varsinaista suunnitelmaa en ehtinyt dokumentoimaan, sillä verkkosivut pystytettiin

hyvin nopealla tahdilla elokuussa 2013 aloittaessani työharjoittelun. Aikataulu oli kuitenkin selvä, sivusto piti saada toimimaan elokuun loppuun mennessä, jolloin lähetettiin ensimmäiset markkinointikirjeet palveluun soveltuville yrityksille.

Koska valitsin tekemäni verkkosivut opinnäytetyöni aiheeksi hieman jälkijättöisesti, jäivät monet sinänsä hyvän toiminnallisen opinnäytetyön välivaiheet kuten aiheanalyysi, toimintasuunnitelma ja opinnäytetyöpäiväkirja tekemättä. Suunnittelin kyllä aikataulun opinnäytetyön kirjoittamiseksi ja tietysti tein aiheelle rajaukset, koska oli päätettävä mitä asioita verkkosivujen toteuttamisesta käsitteisin opinnäytetyössäni. Muistiinpanoja tein ja kirjoitin ylös myös jo tehtyä toteutukseen liittyvää asiaa heti kun syys-lokakuussa 2013 päätin ottaa Työnetsijä-verkkosivut opinnäytetyöaiheekseni, mutta varsinaista päiväkirjaa en pitänyt. Samalla aloin hahmottelemaan aikataulutusta kirjallisen raportin kirjoittamiseksi. Muita suunnitelmia opinnäytetyötä varten en kuitenkaan tehnyt, sillä produktiosuus oli jo lähes valmis kun vasta päätin aiheeni.

1.3 Työn rakenne

Opinnäytetyö noudattaa perinteistä rakennetta. Alussa on johdanto aiheeseen ja työn esittely. Kappaleessa kaksi esittelen toimeksiantajan eli Valmennuskeskus Publicin. Kappale kolme käsittelee teoriapohjaa varsinaiselle työlleni. Käyn läpi verkkoviestinnän merkitystä ja verkkosivujen suunnittelussa huomioitavia asioita. Kappaleessa neljä kerron Työnetsijä-verkkosivujen työvaiheista ja kappale viisi sisältää pohdintaa työn tekemisestä ja tuloksista. Lisäksi olen liittänyt pohdintaan myös kehitysehdotuksia. Liitteissä ovat kuvakaappaukset työnetsijä.fi-verkkosivustolta.

2 Toimeksiantajan esittely

Valmennuskeskus Public on koulutusalan asiantuntijayritys, joka tarjoaa palveluitaan pääasiassa julkisen sektorin tarpeisiin. Valmennuskeskus Public on KK Valmennuskeskus Oy:n aputoiminimi, joten se kuuluu samaan yritykseen Valmennuskeskuksen ja sen tytäryhtiön Mediatalo Opiskelupaikka Oy:n kanssa. Valmennuskeskus on lähes 40-vuotias perheyritys, joka on järjestänyt yliopistoihin ja korkeakouluihin hakeville pääsykoevalmennuksia jo vuodesta 1975. Mediatalo Opiskelupaikka taas on nuorten koulutukseen erikoistunut viestintätoimisto, joka mm. ylläpitää opiskelupaikka.fi-koulutussivustoa. Valmennuskeskus Publicin rooli on tarjota julkiselle sektorille koulutus-, konsultointi-, valmennus-, outplacement- ja uraohjauspalveluja, jotka ovat kohdistettu mm. ammatinvaihtajille, työnhakijoille, kuntoutuville, maahanmuuttajille, työttömille akateemisille työnhakijoille ja yrittäjyyttä palkkatyön vaihtoehtona pohtiville. Valmennuskeskus Public on perustettu vuonna 2011 ja se on muutamassa vuodessa kasvattanut toimintaansa kattamaan lähes koko Suomen. (Valmennuskeskus Public, Tarinamme)

ELY-keskusten (Elinkeino-, liikenne ja ympäristökeskus) Työ- ja Elinkeinotoimistoille kilpailuttamien hankkeiden toteutukset muodostavat pääosan Valmennuskeskus Publicin liiketoiminnasta ja suurin osa sen tarjoamista palveluista on kohdistettu eri elämänvaiheissa oleville työttömille työnhakijoille. Näitä palveluja ovat mm. uraohjaus- ja työnhakuvalmennukset, joita järjestetään ympäri Suomea. Lisäksi järjestetään valmennuksia yrittäjyydestä kiinnostuneille ja verkkovalmennuksia niille, jotka ovat kiinnostuneet suorittamaan esimerkiksi työnhakuvalmennuksen ryhmätapaamisten sijaan kotoa käsin. Omina toteutuksinaan Valmennuskeskus Public tarjoaa jo aloittaneille yrittäjille Yrittäjän ammattitutkintoon tähtääviä koulutuksia, jotka järjestetään yhteistyössä eri kuntien oppisopimustoimistojen ja Marvel Yrityspalveluiden kanssa.

Valmennuskeskus Publicin hallinnolliseen henkilöstöön kuuluu kuusi henkilöä: toimitusjohtaja, varatoimitusjohtaja, liiketoimintajohtaja, kaksi koulutuspäällikköä ja assistentti, jonka lisäksi tällä hetkellä täysipäiväisesti työsuhteessa olevia kouluttajia on noin 30 ja psykologeja 2. Lisäksi Valmennuskeskus Publicilla toimii suuri joukko osa-

aikaisia ja projektiluontoisesti eri toteutuksissa mukana olevia henkilöitä.

Valmennuskeskus Publicin toimitilat sijaitsevat Helsingin Ruoholahdessa, mutta koulutukset ja valmennukset järjestetään ympäri Suomea, joten niihin on vuokrattu erilliset tilat. Esimerkiksi Työnetsijä-palvelua varten Valmennuskeskus Publicilla oli oma toimisto Turun keskustassa, josta käsin suurin osa käytännön asiakastyöstä voitiin hoitaa.

3 Verkkoviestinnän merkitys ja verkkosivut

Internet on mahdollistanut tiedon nopean ja helpon hakemisen ja se tavoittaa lähes jokaisen suomalaisen kotisohvaltaan. Yhä useammalta löytyy taskustaan myös älypuhelin tai muu mobiili verkkolaite, jolla on pääsy internetiin jatkuvasti paikasta riippumatta. Useat virastot ovat siirtäneet palveluitaan internetiin, esimerkiksi verokortin voi tilata netin kautta tai opintotukea voi hakea Kelan sivulle kirjautumalla. Palveluilta odotetaan helppoutta ja saatavuutta kellonajasta riippumatta. Esimerkiksi pankkiasioitaan internetissä hoitaa jo reilusti yli puolet väestöstä. (Tilastokeskus 2013, Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö-tutkimus).

Internet ei ole siis pelkkä viihdekeskus, jota käytetään vain sosiaalisen median kautta kommunikointiin ja hauskojen kissavideoiden katseluun. Tiedonsaanti ja virallisuusluonteinen asiointi on helpottunut, kun enää ei tarvitse juosta luukulta luukulle eri paikoissa. Siksi oli tärkeää perustaa verkkosivut myös Työnetsijä-palvelulle, jotta palvelun piiriin kuuluvat henkilöt löytävät informaatiota ja yhteystiedot myös internetistä. Lisäksi verkkosivut tukivat yrityksille lähetettyä markkinointiviestintää, jossa haettiin yhteystyökumppaneita palvelua varten.

3.1 Verkkosivut yritysviestinnän välineenä

Verkkosivut löytyvät nykyään lähes vakiona jokaiselta vähänkään suuremmalta yritykseltä ja useimmat yksityisyrittäjätkin perustavat omat verkkosivunsa, sillä sivuston perustaminen ja ylläpito ovat edullinen investointi siihen, että potentiaaliset asiakkaat löytävät yrityksen. Verkkosivut mahdollistavat yrityksen löydettävyyden, sillä puhelinluetteloiden sivuilla ja kauppojen ilmoitustauluilla mainostamisen ajat alkavat olla historiaa. Kun potentiaalinen asiakas etsii tuotetta tai palvelua, hän hyvin todennäköisesti etsii sopivaa palveluntarjoajaa tai yritystä internetistä ja tällöin on erittäin tärkeää olla löydettävissä sieltä. Verkkosivujen sijaan yritys voi toki tyytyä mainostamaan pelkästään yrityshakupalveluissa, jolloin saatavilla ovat ainakin yhteystiedot, mutta omat verkkosivut kertovat jo huomattavasti enemmän millaisista palveluista tai tuotteista on kysymys ja erityisesti millainen on yritys niiden takana.

Verkkosivut antavat usein ensivaikutelman yrityksestä, joten kotisivuihin kannattaa panostaa ja miettiä millainen sivusto sopii oman yrityksen imagoon ja brändiin. Myös kohderyhmä on hyvä pitää mielessä, esimerkiksi kuluttajille suunnatut sivut ja yrityksen sidosryhmille suunnatut sivut voivat olla ulkoasultaan aivan erilaiset. (Hiila & Keränen 2008, 10) Jos yrityksellä on useita erilaisia tunnettuja brändejä, voi olla tarkoituksenmukaista perustaa erilliset brändisivustot. Myös tiettyä markkinointikampanjaa varten voidaan perustaa oma sivusto, mutta kampanjasivustolta pitäisi kuitenkin olla linkki yrityksen omille sivuille, jotta se ei jää liian irralliseksi. Järkevin ja vähiten vaivannäköä aiheuttava keino onkin sulauttaa kampanjasivu osaksi yrityksen verkkosivuja, jolloin ne löytyvät loogisesti saman domain-osoitteen alta. (Mainostajien Liitto 2012, 188-189)

Ajantasaiseen informaatioon kannattaa panostaa, erityisesti yhteystiedot ja tuotetiedot on oltava kunnossa, jotta sivustosta on hyötyä. Verkkosivut toimivatkin tietyllä tapaa yrityksen käyntikorttina. Ei ole siis yhdentekevää, mitä sivusto pitää sisällään ja miltä se näyttää. Erityisesti asiakasnäkökulma tulee pitää mielessä ja sivustoa suunnitellessa kannattaa priorisoida asioita sen mukaan, mitä potentiaaliset asiakkaat haluavat sivulla nähdä ja löytää. Jos yritys toimii myös kansainvälisesti, on huomioitavaa, että sivustolta löytyy vähintään edes käännetty osio, jossa on tärkeimmät tiedot esimerkiksi englanniksi. Kaikkein paras vaihtoehto on kuitenkin perustaa paikalliset sivustot, jotka toimivat maakohtaisilla domain-osoitteilla. Käännökset olisi hyvä myös tarkistaa ammattilaisella, jotta sivuston sisältö vaikuttaa luotettavalta eikä sinne ole eksynyt noloja kielikukkasia. (Mainostajien Liitto 2012, 176-177)

Internet on myös vuorovaikutteinen media, verkkosivujen ei pitäisi olla vain yrityksen viestintää asiakkaille, vaan mahdollistaa myös asiakkaiden palautteet tai yhteydenottopyynnöt. Siksi on hyvä sijoittaa sivustolle edes jonkinlainen yhteydenottolomake. Vielä edistyneempi pystyttää sivustolle ”online chatin” esimerkiksi asiakaspalvelua varten. Tällainen ratkaisu mahdollistaa asiakkaille vastaamisen reaaliajassa aina kun yrityksen asiakaspalvelutyöntekijä on paikalla.

3.2 Hyvät verkkosivut tänään

Hyville verkkosivuille ominaista ovat selkeä ulkoasu, intuitiivinen ja helppo käytettävyys, hyvä löydettävyys hakukoneella, näkyvyys sivuston potentiaalisen käyttäjäkunnan kannalta tärkeissä paikoissa ja mahdollisesti linkitys myös sosiaalisen median palveluihin. Lisäksi on tärkeää huolehtia sivuston tietoturvasta, etenkin jos sivusto kerää tietoja käyttäjistään sekä muistaa tehdä varmuuskopiot tarpeeksi usein. Näillä perusasioilla saadaan aikaan verkkosivut, jotka ovat miellyttävät käyttää ja palvelevat tarkoitustaan mahdollisimman hyvin.

3.2.1 Ulkoasu ja käytettävyys

Internet on täynnä esimerkkejä huonosti käytettävistä sivustoista, joiden ulkoasu on jämähtänyt johonkin 90-luvun lopun ja 2000-luvun alun vaiheille. Vilkkuvat bannerit, päänsärkyä aiheuttavat kirkkaat vastavärit taustalla ja teksteissä sekä epäselvästi sijoitetut navigointipainikkeet eivät tee sivustosta miellyttävää katseltavaa. Lisäksi usein on myös unohtunut testata, miten sivuston layout toimii erilaisilla selaimilla ja mobiililaitteilla, jolloin sivuston käytettävyys ei aina vastaa sitä, mitä oli alun perin suunniteltu. Sivuston käyttökokemus on siis kriittinen asia.

On olemassa tiettyjä vakiintuneita käytäntöjä, jotka antavat osviittaa siihen, miten verkkosivujen ulkoasua ja käytettävyttä kannattaa lähteä suunnittelemaan.

Käyttöliittymäsuunnittelussa tulee ottaa huomioon sivuston kokonaisrakenne ja arkkitehtuuri, jotta sivuista muodostuu loogisia kokonaisuuksia. Yleisinä standardeina pidetään muun muassa navigointielementtejä, jotka pysyvät sivusta riippumatta paikallaan ja osoittavat selkeästi, millä alisivulla käyttäjä kullakin hetkellä on.

Navigointivalikot voidaan sijoittaa joko horisontaalisesti sivun ylälaitaan tai vertikaalisesti sivun vasempaan laitaan. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 215-217).

Länsimaissa teksti luetaan vasemmalta oikealle, joten tärkeimmät asiat kuten logot ja navigointi etusivulle on hyvä sijoittaa ylös vasempaan laitaan.

Sivuston ulkoasua suunniteltaessa yksinkertaisuus ja selkeys ovat valttia. Täyteen sullottu sivu on hankala hahmottaa ja tärkeä asia hukkuu massaan. Elementit on hyvä ryhmitellä hierarkisesti, jotta asioiden hahmottaminen sivulla helpottuu. Tyhjä tila

elementin ympärillä auttaa kiinnittämään huomion ja asettelussa kannattaa muistaa harmonisuus eri elementtien välillä. Taustaväreistä on hyvä suosia vaaleita, murrettuja ja kylmiä sävyjä, sillä niillä on helpoin luoda tyylikäs ja asiallinen vaikutelma. Tekstin ja taustan välillä on hyvä olla selkeä kontrasti, jotta tekstiä on helppo lukea.

Kirjasintyypeistä on hyvä suosia päätteettömiä kirjasimia ja eri kirjasintyyppejä ei suositella käytettävän kovin montaa yhtä aikaa. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 249-255)

Erilaisten kannettavien äylaitteiden, kuten tablettien ja älypuhelinien käyttö on kasvanut viime vuosina ja nettiä selataan usein muualta kuin tietokoneen ruudulta, joten tämä tuo oman haasteensa verkkosivujen suunnittelulle, kun sivuston pitää skaalautua kännykän näytölläkin järkeväksi ja käytettävyydeltään hyväksi. Lisäksi kosketusnäytöllä toimivat laitteet muuttavat hiirellä klikkailtavaksi suunnitellun sivuston toimivuutta; painike joka on helppo valita tarkalla hiirellä voi pienellä ruudulla olla mahdotonta saada valittua, etenkin jos käyttäjä on vähänkään ”nakkisorminen”.

3.2.2 Sivuston näkyvyys ja löydettävyys

Sivusto jota ei löydy kirveelläkään on hyödyllisyydessään yhtä tyhjän kanssa. Hakukoneoptimointi auttaa sivuston löydettävyydessä, sillä usein eri sivustoille päädytään hakukoneen kautta. Hakukoneoptimoinnin tehdä joko itse tai ostaa sitä palveluna hakukoneoptimointia tuottavilta yrityksiltä.

Google on hakukoneista ylivoimaisesti suosituin koko maailmassa, sen haastajat kuten Yandex, Baidu, Yahoo! ja Bing jäävät hakumäärissä kauas taakse, joten optimoinnissa kannattaa satsata lähinnä näkyvyyteen Googlen hakutuloksissa. (Tietokone, 2013). Erityisesti esilletulo jo etusivulla 10 ensimmäisen linkin joukossa on tärkeää, sillä hakija ei välttämättä jaksaa enää kahlata muita tulossivuja läpi ja siirtyy helposti nopeimmin sopivan tuloksen tuottavalle sivustolle.

Sivuston näkyvyyttä Googlessa voi parantaa hakukoneoptimoinnilla tai ostettavilla mainoksilla. Mainokset näkyvät aina hakutuloksissa ylimmäisinä, joten niiden avulla sivuston kävijämääriä on mahdollista kasvattaa, kunhan hakukriteerit on määritelty

Toki myös sivuston domain-osoite vaikuttaa sivustolle päätymiseen. Jos osoite on pitkä tai hankala ja lisäksi vielä päättyy muuhun kuin -.fi-maatunnukseen, on hyvin todennäköistä että sivustoa hakeva päättyy väärään paikkaan kirjoittaessaan osoitetta selaimen osoiteriville. Tietävästi tällä hetkellä Suomen pisin domain-osoite on ”tyoehdosopimuksenyleissitovuudenvahvistamislautakunta.fi” (Ilta-Sanomat 2014, Tässä on Suomen pisin nettiosoite – saatko ensimmäisellä yrittämällä oikein?). Tämän kaltaisia osoitehirviöitä ei ole suositeltavaa käyttää, vaikka teknisesti ne ovatkin mahdollisia.

Sivustojen varmuuskopiointi on tärkeää sivuston tietokannan ylläpitämiseksi ja sisällön palauttamiseksi mahdollisten ongelmatilanteiden jälkeen. Erityisesti jos sivusto päivittyy usein ja sinne lisätään ulkopuolisten käyttäjien toimesta sisältöä, on tärkeää, että varmuuskopiot tehdään riittävän usein, jotta tietoa menetetään mahdollisimman vähän esimerkiksi palvelinlaitteiston hajotessa. Usein varmuuskopiointi tehdään automaattisesti tiettyinä vuorokaudenaikoina, jolloin sivustolla on vähiten kuormitusta. Tiedon päivittyvyys ja kriittisyys vaikuttavat siihen kuinka usein varmuuskopiot kannattaa ottaa, vaihteluväli voi päivittäisestä viikoittaiseen tai jopa vain kerran kuukaudessa tapahtuvaan. (Gladwin, 2011, Backing up your website: The ultimate guide)

3.3 Valmiit julkaisualustat

Verkkosivut voidaan nykyään tehdä muullakin tavalla kuin html-koodia Notepadille kirjoittamalla. Sivuston rakentamisen apuna voi käyttää siihen suunniteltuja ohjelmistoja kuten Adoben Dreamweaveria tai helpoimmillaan sivut voi suunnitella valmista web-julkaisualustaa kuten WordPressiä, Joomlaa tai Drupalia hyödyntäen. Nämä edellä mainitut ovat ilmaisia avoimeen lähdekoodiin pohjautuvia web-julkaisualustoja/ sisällönhallintajärjestelmiä. Tarjolla on myös kokonaan kaupallisia julkaisualustoja, mutta tässä käsittelemme vain WordPressin kaltaisia maksuttomia järjestelmiä. Ilmaisiinkin julkaisualustoihin on kuitenkin saatavilla maksullisia lisäosia ja palveluita, joten niistä voi syntyä kustannuksia. Sivustot voi kuitenkin rakentaa myös ilmaisia lisäosia käyttäen ja niitä onkin tarjolla runsaasti. Web-julkaisualustat eroavat hieman toisistaan ja niiden ominaisuuksia kannattaa vertailla sivustoa suunniteltaessa. (Sagynov 2011, Comprehensive Overview of Top 14 Content Management Systems)

3.3.1 Web-julkaisualustojen mahdollisuudet ja rajoitteet

Avoimen lähdekoodin valmiit web-julkaisualustat mahdollistavat nopean ja helpon julkaisumahdollisuuden yrityksille ja käyttäjille, joilla ei ole tarvetta erityisen räätälöityihin verkkosivuratkaisuihin ja monimutkaisempiin palveluihin kuten verkkokauppoihin tai asiakasrekistereihin. Oppimiskäyrä julkaisualustan käytölle on usein matala, järjestelmät ovat yleisesti ottaen helppoja ymmärtää ja verkkosivujen päivittäminen ei vaadi erikoisammattitaitoa. Ulkoasua voi kustomoida omiin tarpeisiin soveltuvaksi ja sivustoa voi muokata pienellä vaivalla oman näköisekseen. Nämä julkaisualustat ovat jo lähtökohtaisesti ilmaisia tai sisältävät hyvin pienen lisenssimaksun ja ainoastaan lisäpalveluista ja ominaisuuksista voi tulla kustannuksia. Siten ne sopivat erityisen hyvin myös monelle pienelle ja aloittelevalle yrittäjälle, sillä verkkosivujen luominen onnistuu helposti itse ja niitä voi päivittää omatoimisesti. Avoimen lähdekoodin alustoilla on etuna myös vilkas ja aktiivinen kehittäjäyhteisö, joka huolehtii järjestelmän jatkuvasta päivittämisestä ja jatkokehityksestä. (Sagynov 2011, Comprehensive Overview of Top 14 Content Management Systems ja Flagg 2013. Choosing a CMS)

Valmis julkaisualusta voi olla rajoitettu yksinkertaiseen tekstien, kuvien ja multimedian julkaisuun. Vaikka alustoille on saatavilla plug-inejä, jotka laajentavat toiminnallisuuksia ja ominaisuuksia, on niiden vaikutus suhteellisen vähäistä ja enemmän kosmeettista. Plug-init antavat pieniä lisätoiminnallisuuksia kuten esimerkiksi blogeissa käytettävän kommenttiosion. Nämä eivät kuitenkaan tee rakenteellista muutosta itse alustaan. Plug-init eivät myöskään mahdollista kovin monimutkaisia toiminnallisuuksia kuten edellä mainittu verkkokauppa tai asiakasrekisteri. Jos sivusto on laaja, siinä on paljon päivitettävää tietoa esimerkiksi tuotteista ja sivuston ulkoasu halutaan kustomoida täsmälleen omien vaatimusten mukaan, ei valmis alusta pysty aina taipumaan näihin tarpeisiin. Maksulliset lisäpalvelut usein parantavat julkaisualustan toiminnallisuuksia ja siten mahdollistavat sivuston laajemman muokkaamisen, mutta niissäkin on omat rajansa. (Sagynov 2011, Comprehensive Overview of Top 14 Content Management Systems)

Verkkosivua suunniteltaessa on siis huomioitava millaista sivua ollaan luomassa ja valmis julkaisualusta pitää valita omien käyttötarpeiden mukaan. Julkaistaanko sivustolla blogimaisesti tekstiä vai katalogimaisesti tuotetietoja- ja esittelyitä? Joissain tilanteissa voidaan myös valita useita julkaisualustoja eri käyttötarpeisiin, esimerkiksi blogi voi olla eriytettynä tai sisällytettynä pääsivustoon, joka on toteutettu eri julkaisualustalla. Tällaisissa tapauksissa tarvitaan jo enemmän teknistä tietotaitoa ja osaamista omassa organisaatiossa. (Flagg 2013. Choosing a CMS)

3.3.2 WordPressin perusteet

WordPressin käyttö perustuu yksinkertaisiin valikkorakenteisiin, joiden kautta sivuston sisältöä, toiminnallisuutta ja asetuksia hallitaan. WordPress on kätevä sisällönhallintajärjestelmä erityisesti blogikäyttöön, mutta se taipuu myös muunlaisien verkkosivujen pohjaksi. Se mahdollistaa uusien ja dynaamisten sivujen luomisen sekä vanhojen sivujen päivittämisen nopeasti ajankohtaisella tiedolla. Tämä toteutetaan yksinkertaisella WYSIWYG-editorilla (What You See Is What You Get), jonka käyttö on helppoa ja nopeaa. Editorissa sivustoa voi myös tarvittaessa muokata perinteisen html-merkistön avulla. (Wilson 2011, 57-70) WordPress antaa myös mahdollisuuden

luoda staattisia html-sivuja, joita voidaan käyttää muuttumattoman tiedon esittämiseen. Tällaisia sivuja ovat tyypillisesti yrityksestä kertovat sivut tai yhteystiedot, joita päivitetään harvemmin. (Sabin-Wilson 2011, 85-86)

Artikkelin kommenttiosion hallinta on myös toteutettu WordPressissä käytännöllisesti sisäänrakennetulla toiminnolla, joka mahdollistaa kommenttien varmistamisen tarvittaessa sekä auttaa estämään roskaviestien julkaisemisen. Tämä toiminto voidaan säätää artikkelin asetuksissa. Kommentteja voidaan moderoida ennen kuin ne julkaistaan ja esimerkiksi epäilyttävät kommentit päätyvät moderointijonoon tiettyjen sisältöön liittyvien avainsanojen perusteella tai useiden linkkien takia. (Sabin-Wilson 2011, 79-84)

WordPressin mukana on saatavilla ilmaisia ulkoasuteemoja ja niitä löytyy lisäksi vielä maksullisina yli toista sataa. Näillä valmiilla teemapohjilla voi muokata sivuston ulkoasua helposti WordPressin määrittämien rajojen sisällä. Omaa täysin kustomoitua teemaa WordPressillä ei voi rakentaa, mutta taustavärejä, fontteja ja kuvia voi hyvinkin pitkälle muutella mielensä mukaiseksi.

WordPress mahdollistaa myös integroinnin suosittujen sosiaalisen median palveluiden kuten Facebookin tai Twitterin kanssa, jolloin sivustoon saadaan lisättyä sivuston sisältöä jakava linkki. Myös muita ns. widgettejä voi lisätä tuomaan eloa sivustolle, näitä ovat esimerkiksi uutispalvelulinkit, säätiedot, sosiaalisen median päivitykset ja RSS-syötteet. Ne tuovat oikein ja järkevästi käytettynä lisäarvoa sivuston sisällölle. (Sabin-Wilson 2011, 93-105).

4 Toteutus

Verkkosivut toteutettiin käyttäen WordPress-julkaisualustaa, sillä se on myös pohjana Valmennuskeskus Publicin omille verkkosivuille ja näin ollen tuttu yrityksen muillekin työntekijöille. Lisäksi se on helppokäyttöinen, nopea ja ilmainen julkaisualusta, joka soveltuu tämän tyyppisen sivuston rakentamiseen mainiosti. Myös ylläpito ja päivitys onnistuu vaivattomasti ja siihen on saatavilla useita lisäosia, joilla sivuston toiminnallisuutta voidaan muokata.

4.1 Työnetsijä-sivuston suunnittelu

Verkkosivuista haluttiin luoda yksinkertaiset, helposti käytettävät ja ulkoasultaan modernin näköiset. Sisällön kannalta tärkeää olivat tiedot hankkeesta ja sen tavoitteista, yhteystiedot sekä yrityksen esittely, sillä samalla haluttiin myös tuoda esiin Valmennuskeskus Publicin muuta toimintaa ja osaamista. Verkkosivut toimivatkin tietyllä tapaa markkinointiviestinnän välineenä niin palvelulle kuin palvelua tuottavalle yritykselle, vaikka kyseessä olikin julkisrahoitteinen hanke. Työnetsijä-palvelun kannalta oli hyödyllistä, että tietoa hankkeesta oli saatavilla ja helposti löydettävissä ja Valmennuskeskus Publicin intressinä oli tuoda esiin yrityksen toiminta ja osaaminen julkisen sektorin asiantuntijapalveluita tuottavana yrityksenä.

Verkkosivujen suunnittelu ja perustaminen alkoi jo elokuussa 2013 kun Työnetsijä-palvelu käynnistettiin. Sivustolle suunniteltiin yksinkertainen layout, jossa oli pääsivu, uutissivu ja yhteystiedot sisältävä sivu. Kuvituksena käytettiin Valmennuskeskus Publicille jo aikaisemmin tilattuja kuvituskuvia, jotka sopivat myös tähän sivustoon. Lisäksi sivustolle haluttiin lisätä kaikkien projektissa mukana olevien tahojen (Turun Kaupunki, TE-palvelut, Kuntakokeilu-hanke ja Valmennuskeskus Public) logot. Ulkoasu pyrittiin pitämään hillittynä ja asiallisena. Hahmottelun ja suunnittelun jälkeen sivustoa alettiin perustamaan. Sivusto päätettiin toteuttaa WordPressillä, sillä se on helposti muokattavissa ja ulkoasua varten siihen on saatavilla erilaisia valmiita layoutteja.

4.2 Työnetsijä-sivuston perustaminen

Ensimmäisenä sivustolle tarvittiin verkkotunnus ja ”työnetsijä.fi” oli Viestintäviraston rekisterissä sopivasti vapaana, joten se varattiin Valmennuskeskus Publicin käyttöön. Halusimme käyttää yksinkertaista, helposti muistettavaa domain-osoitetta ja hyödyntää myös nykyään mahdolliset ääkköset. Sivustolle ohjautui myös kirjoittamalla osoitteen ilman ääkkösiä, sillä monelle ääkkösten käyttö verkkosivujen osoitteessa on vielä vierasta. Tämän jälkeen sivustoa alettiin rakentamaan.

Aluksi loin sivustolle kolme sivua: pääsivun, uutissivun ja yhteystiedot-sivun. Myöhemmin päätettiin vielä lisätä sivu, jossa on tietoa Valmennuskeskus Publicin toiminnasta. Navigointivalikko sijoitettiin vaakasuuntaisesti sivun ylälaitaan, teksti sijoitettiin sivun keskelle ja vasempaan laitaan lisättiin vielä linkkivalikko ja pikalinkit uutisiin. Sivun ylälaudassa jokaisella sivulla samassa kohdassa näkyvät myös Valmennuskeskus Publicin logo ja otsikko ”Työnetsijäpalvelu”, jotta sivut näyttävät keskenään samankaltaisilta ja ovat käyttäjälle loogisia. Ulkoasupohjana käytettiin WordPressin valmista pohjaa nimeltä *TwentyTwelve* ja vaihdoin siihen pohjalle vaaleansinisen taustaväri oletuksena olleen harmaan tilalle. Tällä saatiin eloa muuten aika valjulta näyttäneeseen sivustoon ja kuvien lisäämisen jälkeen sivusto näyttikin jo aika mukavalta. Kuvat valittiin Valmennuskeskus Publicin ”kuvapankista”, jossa oli aiheeseen sopivia kuvia. Päätin käyttää keskenään samantyyllisiä, mustavalkoisia piirroskuvia, jotta sivuston yhtenäinen ulkoasu säilyisi.

Pääsivulle (Liite 1) kiteytin Työnetsijä-palvelun toimintaperiaatteen ja idean, jotta sivuston kävijä saisi mahdollisimman nopeasti käsityksen, mistä on kyse (Liite 2). Ajankohtaista-sivulle (Liite 3) taas päivitin kuulumisia ja uutisia projektiin liittyen. Ne lisättiin sivulle ns. artikkeleina, jotka saatiin linkitettyä näkyviin myös muille sivuille sivupalkissa näkyvän uutiset-widgetin kautta. Näin kävijä näkee jo heti etusivulta mikäli uusia uutisia on lisätty. Lisäksi linkit Valmennuskeskus Publicin ja Turun Kuntakokeilun sivuille haluttiin laittaa näkyviin sivupalkkiin, joten lisäsin myös nämä teksti-widgetin avulla sivuston oikeaan reunaan.

Yhteystiedot-sivulle (Liite 4) lisäsin Turussa toimivan työntekijämme yhteystiedot ja kuvan sekä Valmennuskeskus Publicin yhteystiedot Helsingin päähän.

Valmennuskeskus Publicin Työllistymisratkaisut-sivulle (Liite 5 ja 6) kirjoitin tietoa Valmennuskeskus Publicin toiminnasta ja sen tarjoamista palveluista sekä sivua elävöittääkseni lisäsin kartan toiminta-alueesta.

4.3 Sivuston varmuuskopiot, sisällönhallintatyökalut ja tietoturvallisuus

Sivuston varmuuskopiointi asetettiin tekemään kopiot kerran viikossa, sillä sivua ei kuitenkaan päivitetty joka päivä. Tähän käytin lisäosaa eli plug-iniä, joka mahdollisti tietokantojen automaattisen tallennuksen Dropbox-pilvipalveluun. Varmuuskopioita varten loin siis ensin Dropbox-käyttäjätilin, johon varmuuskopiot tallentuivat. Sivuston varmuuskopiointia ja asetuksia pystyi muokkaamaan Wordpressin ohjausnäkyvän (Liite 7) kautta. Varmuuskopiointi tapahtui viikonloppuisin, jolloin sivustoa ei päivitetty.

Toinen käyttämäni lisäosa tulee WordPressin mukana vakiona ja on nimeltään Akismet. Tämä lisäosa mahdollisti WordPressin sisällön tarkemman kontrolloinnin esimerkiksi kommenttiosiossa, jossa kommenttien julkinen näkyminen vaati aina järjestelmän ylläpitäjän tai moderaattorin hyväksymisen. Tämä mahdollisti myös roskaviestien automaattisen löytymisen sekä auttoi kommenttiosiota pysymään siistinä. Kyseinen lisäosa myös poisti vanhoja kommentteja artikkeleista tietyn ennalta määritellyn ajan kuluttua.

Tietoturva WordPressissä on hoidettu järjestelmän omalla tietoturvalla, joka rajoittaa mm. peräkkäisiä sisäänkirjautumisyrityksiä järjestelmään. Lisäksi päivitin WordPressin aina uusimpaan versioon kun sellainen tuli saataville. Pääkäyttäjän käyttäjätunnuksen salasana oli myös vahva, mittasin sen vielä käyttämällä palvelua osoitteessa www.passwordmeter.com, joka arvioi salasanan vahvuutta pituuden, isojen ja pienten kirjaimien, erikoismerkkien, numeroiden sekä merkkien toistuvuuden perusteella.

5 Pohdinta

Mielestäni Työnetsijä-palvelun verkkosivut onnistuivat hyvin. Sivustosta tuli modernin näköinen ja se oli selkeä ja informatiivinen kuten oli tarkoituskin.

Alun perin sivuston yhteyteen oli tarkoitus perustaa myös Facebook-sivu ja linkittää se Työnetsijä-verkkosivustolle, mutta sosiaalisen median hyödyntäminen tässä projektissa todettiin sittenkin tarpeettomaksi. Erillisen Facebook-sivuston kävijämäärä arveltiin olevan kuitenkin niin pieni ja päivitettävien asioiden määrä niin vähäinen, ettei siihen kannattanut uhrata työaikaa. Lisäksi varsinaisen markkinointiviestinnän kohteena olivat muut yritykset, eivät yksityishenkilöt, sillä palvelun piiriin ohjattiin työttömiä asiakkaita työvoimatoimistosta käsin. Valmennuskeskus Publicin omalle verkkosivustolle kuitenkin lisättiin linkki Työnetsijä-palvelun sivustolle ja siitä myös uutisoitiin yrityksen Facebook-sivulla, sillä Valmennuskeskus Publicin sidosryhmille haluttiin kertoa uudesta projektista. Hankkeen kohderyhmää eli Turun seudulla toimivia työnantajia ja Työnetsijä-palvelun asiakkaita tällä ei kuitenkaan pyritty tavoittamaan. Työnantajia varten lähetettiin erikseen markkinointikirje ja verkkosivut linkitettiin tähän kirjeeseen mukaan. Asiakkaat taas saivat tietoa palvelusta työvoimatoimiston kautta, mutta sivusto oli tarkoitettu heillekin tietolähteeksi. Työnetsijä-sivusto toimikin parhaiten markkinoinnin ja hankkeen toteutuksen tukena.

Sivuston kävijämäärät olivat syksyn aikana suhteellisen pienet, muutamia kävijöitä viikossa, parhaimmillaan kymmenkunta. Täyttä varmuutta kaikista kävijöistä ei ole, sillä markkinointikirjeiden lähettämisen aikaan kävijälaskuria ei ollut vielä otettu käyttöön. Se otettiin harmillisesti käyttöön vasta myöhemmässä vaiheessa, jolloin sivustoa ei enää markkinoitu aktiivisesti. Kävijälaskuri olisi myös kertonut jotain siitä, kuinka moni sähköpostin avannut kävi verkkosivuilla tutustumassa hankkeeseen tarkemmin. Verkkosivun hyödyt saattavat näyttää pienen kävijämäärän takia olemattomilta, mutta uskon, että niillä oli kuitenkin suuri merkitys markkinointivaiheessa. Olemassa oleva sivusto loi kuitenkin uskottavuutta ja antoi lisätietoa hankkeesta, josta suurin osa kohderyhmästä oli tuskin kuullutkaan.

Mielestäni oli mukava tehdä sivustoa oikeaan käyttöön, sillä aikaisemmin en ollut tehnyt verkkosivuja kuin opiskeluihin liittyvinä harjoitustöinä. Valmiin julkaisualustan käyttäminen oli myös helppoa ja sillä sain tehtyä nopeasti siistin ja tyylikkään sivuston. Odotin, että verkkosivujen pystyttäminen olisi ollut hitaampaa, mutta saimme sivut toimintaan käytännössä viikon sisällä. Vaikka verkkosivujen suunnittelu olikin tuttua, en ollut tehnyt niitä aikaisemmin WordPressillä, joten jouduin hieman etsimään tietoa myös sen toiminnasta. Erityisesti varmuuskopiointia en ollut aikaisemmin joutunut pohtimaan, mutta tässä projektissa sekin tuli vastaan. Mielestäni opin käytännössä tekemään monia jo teoriassa tuttuja asioita ja pystyisin nyt tekemään verkkosivut WordPressillä uudelleenkin mikäli tarve olisi.

Mikäli sivustoa aiotaan vielä käyttää, olisi tärkeää panostaa enemmän sen näkyvyyteen muualla verkossa. Projekti kesti toki vain puoli vuotta, mutta toivottavaa tietysti olisi ollut, että esimerkiksi Turun Kaupungin sivuilta ja Varsinais-Suomen TE-toimiston sivuilta olisivat löytyneet linkit Työnetsijä-sivustolle. Nyt se oli erillinen, Valmennuskeskus Publicin oma sivustoprojekti, joka linkittyi hieman ontuvasti muihin hankkeen osapuoliin. Linkit ulkopuolisilta sivuilta parantaisivat myös hakukonetuloksia.

Jos Työnetsijä-palvelumalli laajenee suuremmaksi ja sivuston käyttäjämäärät kasvavat, sivustoa täytyy pohtia uudelleen ja mahdollisesti tutkia sen käyttäjiä sekä määritellä sivuston sisältö heidän mukaansa. Nyt se toimi ikään kuin informaation lähteenä ja markkinointiviestinnän tukena. Sivustolle ehdotettiin myös mahdollisuutta tallettaa asiakkaiden ansioluetteloita, joita työnantajat voisivat käydä selaamassa. Tässä kohtaa joudutaan erityisesti pohtimaan sivuston toimintaa teknisen toteutuksen kannalta ja huomioimaan tietoturvaseikat tarkemmin. CV-pankki ideana on kuitenkin hyvä ja olen itsekin sitä mieltä, että se on erityisesti yksi asia, jonka kehittämistä kannattaa harkita mikäli sivuston käyttö ja Työnetsijä-palvelu jatkuvat.

Opinnäytetyö prosessina ei mennyt ihan oppikirjan mukaan, sillä produktin teko ja suunnittelu alkoivat jo ennen kuin tiesin, mikä opinnäytetyöni aiheeksi tulisi.

Verkkosivut olivat jo käytännössä valmiit, muutamia myöhemmin tehtyjä lisäyksiä lukuun ottamatta, ennen kuin ne valikoituivat opinnäytetyön aiheeksi. Aiheanalyysi ja produktin aikataulus jätettiin pois käytännössä tekemättä. Toisaalta valmis produkti

helpotti prosessin käynnistymistä kun ei tarvinnut käyttää aikaa aiheen keksimiseen. Teoriaosuuteen valitsin markkinointiviestinnällisen näkökulman, sillä kyseessä on markkinoinnin opinnäytetyö. Tarkoitus oli myös löytää lähdemateriaalia julkisen sektorin markkinointiviestintään liittyen, mutta tutkimustietoa ja kirjallisuutta siihen oli saatavilla vain hyvin niukasti. Päätin tämän vuoksi sisällyttää teoriaan enemmän yleisiä yritysten verkkoviestintään liittyviä asioita ja itse verkkosivuston luomiseen liittyvää käytännön teoriapuolta. Teorian oli kuitenkin tuettava tehtyä työtä ja otin mukaan juuri ne asiat, joita olin verkkosivuja tehdessäni käynyt läpi ja työvaiheessa etsinyt avukseni.

Jos nyt aloittaisin opinnäytetyöprosessin uudelleen, tekisin sen mieluummin perinteisessä järjestyksessä eli suunnittelisin aiheen, aikatauluttaisin produktin teon ja hakisin lähdemateriaalia ennen kuin aloittaisin työvaiheen. Mahdollisesti näkökulma ja tutkimusote olisivat myös enemmän tutkimuksellisia, ottaisin alusta asti mukaan sivuston kävijälaskurin ja lisäksi tekisin kyselytutkimuksen käyttäjille ja hankkeen sidosryhmille. Tässä projektissa en saanut juurikaan selvitettyä, kuinka hyödyllinen sivusto kaiken kaikkiaan oli, pohdinta perustuu omaan arvioon ja mutu-tuntumaan. Olisi ollut hyvä saada tilastotietoa ja käyttäjäkokemuksia sivuston kehittämistä ajatellen. Tämä olisi voinut olla myös tarpeellista tietoa hankkeen vetäjille, sillä he olisivat voineet sen pohjalta tehdä omat päätelmänsä kannattaako Työnetsijä-palvelulle pystyttää kattavampi verkkosivusto. Itse produktiin olen kuitenkin tyytyväinen ja mielestäni sivusto oli sellainen kuin sen pitikin olla, joten siihen en tekisi juurikaan muutoksia. Produktin tekovaiheet onnistuivat mielestäni myös hyvin.

Kaiken kaikkiaan itse työ eli verkkosivut olivat hyvä lisä Työnetsijä-palvelun markkinointiviestintään ja toisaalta se oli myös hankkeen tilaajille tärkeä osoitus siitä, että pelkän sopimuksen edellyttämän palveluntarjoamisen lisäksi Valmennuskeskus Public halusi edistää hankkeen tunnettuutta ja nähdä pientä lisävaivaa palvelua varten. Verkkosivut olivat pieni, mutta toisaalta tärkeä lisäosa itse hankkeen toteutukseen. Internet on kuitenkin niin merkittävä tiedonhaku- ja viestintäkanava, ettei sen osuutta voi vähätellä minkään palvelun markkinoinnissa. Itse toivoisinkin, että hankkeen jatkuessa Työnetsijä-sivustoa kehitettäisiin eteenpäin ja hyödynnettäisiin palvelun markkinointiin Turun seudulla.

Lähteet

Flagg, R. 31.10. 2013. Choosing a CMS. Luettavissa: <http://www.howto.gov/web-content/technology/content-management-systems/choosing-a-cms>. Luettu 27.4.2014

Gladwin, A. 8.11.2011. Backing up your website: The ultimate guide. Luettavissa: <http://webdesign.tutsplus.com/articles/backing-up-your-website-the-ultimate-guide-webdesign-4748>. Luettu 27.4.2014

Google AdWords. Toimintaperiaate. Luettavissa: <http://www.google.fi/adwords/start/how-it-works/>. Luettu 8.4.2014

Hiiila I., Keränen K. 2008. Opas: Verkkoviestintästrategia. TiedoteDeski Finland Oy, Helsinki 2008.

Luettavissa:<http://www.viestintatoimistodeski.fi/pdf/verkkoviestintastrategia.pdf>.
Luettu 27.3.2014.

Häivälä, J., Mainostajien Liitto, Paloheimo, T. 2012. Klikkaa tästä, internetmarkkinoinnin käsikirja 2.0. KTMP/Ykkös-Offset, Vaasa.

Ilta-Sanomat 25.3.2014. Tässä on Suomen pisin nettiosoite – saatko ensimmäisellä yrittämällä oikein? Luettavissa: <http://www.iltasanomat.fi/digi/art-1288669583530.html>. Luettu: 8.4.2014

Sabin-Wilson, L. 2011. WordPress for Dummies. 4. painos. John Wiley & Sons, Inc. Hoboken, New Jersey.

Sagynov, E. 2011. Comprehensive Overview of Top 14 Content Management Systems. Cubrid. Luettavissa: <http://www.cubrid.org/blog/dev-platform/comprehensive-overview-of-top-14-content-management-systems/>. Luettu 27.4.2014

Sinkkonen, I., Nuutila, E. & Törmä, S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Kariston Kirjapaino Oy, Hämeenlinna.

Tietokone 11.2.2013. Hakukoneet: Google ylivoimainen – Bing putosi viidenneksi.

Luettavissa:

http://www.tietokone.fi/artikkeli/uutiset/hakukoneet_google_ylivoimainen_bing_putosi_viidenneksi. Luettu: 8.4.2014

Tilastokeskus 2013. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö

1. Internetiä käytetään yhä enemmän.

Luettavissa: http://www.stat.fi/til/sutivi/2013/sutivi_2013_2013-11-07_kat_001_fi.html. Luettu 26.3.2014

Turun Kaupunki: Työllisyyden Kuntakokeilu

Luettavissa:<http://www.turku.fi/kuntakokeilu>. Luettu 4.12.2013

Työ- ja elinkeinoministeriö: Kuntakokeilu.

Luettavissa:<http://www.tem.fi/kuntakokeilu>. Luettu: 4.12.2013

Vilka, H, Airaksinen, T. 2004. Toiminnallinen opinnäytetyö. 1.-2. painos. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä.

Liitteet

Liite 1. Työetsijä-sivuston etusivu

ETUSIVU AJANKOHTAISTA YHTEYSTIEDOT

Työetsijäpalvelu



Tervetuloa Valmennuskeskus Publicin työetsijäpalvelun sivustolle! Palvelumme kuuluu

Turun kaupungin Työetsijäpalvelun –pilotointiin. Pilotointihanke jatkuu 31.12.2013 saakka.

VALMENNUSKESKUS PUBLIC

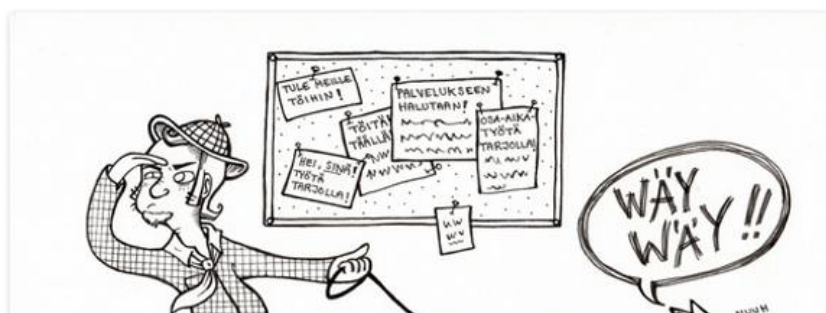
www.valmennuskeskuspublic.fi

UUTiset

[Uusi CV-paja keskiviikkona 16.10 klo 14.30-16.30](#) 20.9.2013

[CV-paja Varissuolla 18.9 klo 14-16](#) 16.9.2013

[Kysely työnantajille](#) 15.8.2013



Liite 2. Työetsijä-sivuston esittely

työetsijä.fi

W - Wikipedia (fi)

työetsijä.fi

15.5.2015

Mikä on Työetsijäpalvelu?

Työetsijäpalvelu on Turun kaupungin pilottihanke ja osa vuonna 2012 alkanutta Työllisyyden Kuntakokeilu-hanketta, jonka tavoitteena on pitkäaikaistyöttömien työllistymisen tukeminen ja työttömyyden vähentäminen. Hankkeen kohderyhmänä ovat 500 päivää työttömyysturvaa saaneet tai yli 12 kk yhtäjaksoisesti työttömänä olleet henkilöt. Pilotin aikana on tarkoitus työllistää noin 120- 150 eri-ikäistä ja erikielistä asiakasta avoimille työmarkkinoille vuoden 2013 aikana. Työetsijä-palvelun tarkoituksena on luoda uudenlainen toimintamalli pitkäaikaistyöttömien työllistämiseksi jo valmiiksi olemassa olevia tukimuotoja (Sanssi-kortti, Palkkatuki ym.) hyödyntäen. Samalla halutaan helpottaa erityisesti Pk-yritysten kynnystä palkata uutta työvoimaa ja saada työnantajat ja työnhakijat kohtaamaan entistä tehokkaammin.

”Turun kuntakokeilu keskittyy pilotissaan Varissuon kaupunginosaan. Noin puolet hankkeen kohderyhmästä on muuta kuin suomea tai ruotsia äidinkielenään puhuvia. Turun kuntakokeilussa toteutetaan ns. Varissuo-takuuta, jossa kaikille kohderyhmään kuuluville tarjotaan jokin työllistymistä tai elämänhallintaa parantava palvelu. Hanke kehittää monistettavan toimintamallin Turun muihin kaupunginosiin.” (<http://www.tem.fi/files/36596/Hankekuvausset.pdf>)

Palvelu on täysin maksuton ja sitouttamaton työnhakijalle sekä työnantajalle. Työnhakijapalvelut sisältävät työnhakuvalmennusta ja yksilöllistä ohjausta työnhakuprosessissa. Työnantajien on mahdollisuus saada informaatiota erilaisista tukimahdollisuuksista ja työnhakijoista, sekä tukea työllistämisprosessissa, esim. tukihakemusten täyttämisessä.

Palvelua kehittämässä:


Liite 3. Työnetsijä-sivusto/ Ajankohtaista

työnetsijä.fi/ajankohtaista/

W - Wikipedia (fi)

ETUSIVU AJANKOHTAISTA YHTEYSTIEDOT VALMENNUSKESKUS PUBLICIN TYÖLLISTYMISRAKKAISUT


Työnetsijäpalvelu



Vielä ehtii mukaan!

Vastaa

Työnetsijä-palvelu on pyörähtänyt vauhdikkaasti käyntiin ja reilun kuukauden kuluttua istutaan alas arvioimaan palvelusta saatuja tuloksia ja suunnittelemaan hankkeen jatkoa. Vielä ei ole kuitenkaan liian myöhäistä liittyä mukaan, erityisesti yrityksille on vielä valtava reservi innostunutta ja osaavaa työvoimaa tarjolla ja toisaalta olemme myös kartoittaneet runsaasti yrityksiä, jotka kaipaavat uutta työntekijää. Työnetsijä-palvelun kautta on jo useampi yritys saanut palkattua itselleen helposti työvoimaa erilaisia työllistämistukia hyödyntäen ja moni pitkäaikaistyötön on päässyt takaisin kiinni työelämään. Haluatko tulla mukaan? Oletpa sitten rekrytoimassa lisää henkilöstöä tai itse hakemassa töitä, tartu rohkeasti luuriin ja ota yhteyttä Kaisa Lähteenmäkeen (p. 040 669 2139).



VALMENNUSKESKUS PUBLIC

www.valmennuskeskuspublic.fi

TYÖLLISYYDEN KUNTAKOKEILU

<http://www.turku.fi/kuntakokeilu>

UUTISET

[Vielä ehtii mukaan!](#) 30.10.2013

[Uusi CV-paja keskiviikkona 16.10 klo 14.30-16.30](#) 20.9.2013

[CV-paja Varissuolla 18.9 klo 14-16](#) 16.9.2013

[Kysely työnantajille](#) 15.8.2013

Liite 4. Työnetsijä-sivusto/ Yhteystiedot

työnetsijä.fi/yhteystiedot/

Wikipedia (fi)

ETUSIVU

AJANKOHTAISTA

YHTEYSTIEDOT

VALMENNUSKESKUS PUBLICIN TYÖLLISTYMISSRATKAISUT

Työnetsijäpalvelu


Valmennuskeskus

PUBLIC

Yhteystiedot

Kaisa Lähteenmäki

Projektipäällikkö
Valmennuskeskus Public
Läntinen Pitkätatu 17
20100 Turku
p. 040 669 2139
kaisa.lahteenmaki@valmennuskeskus.fi



Työnetsijäpalvelusta valtakunnallisesti, lisätietoja:

Marja Kaikkonen
Liiketoimintajohtaja, YTM, PsM
Valmennuskeskus Public
Tammasaarenkatu 1
PL 235

VALMENNUSKESKUS PUBLIC

www.valmennuskeskuspublic.fi

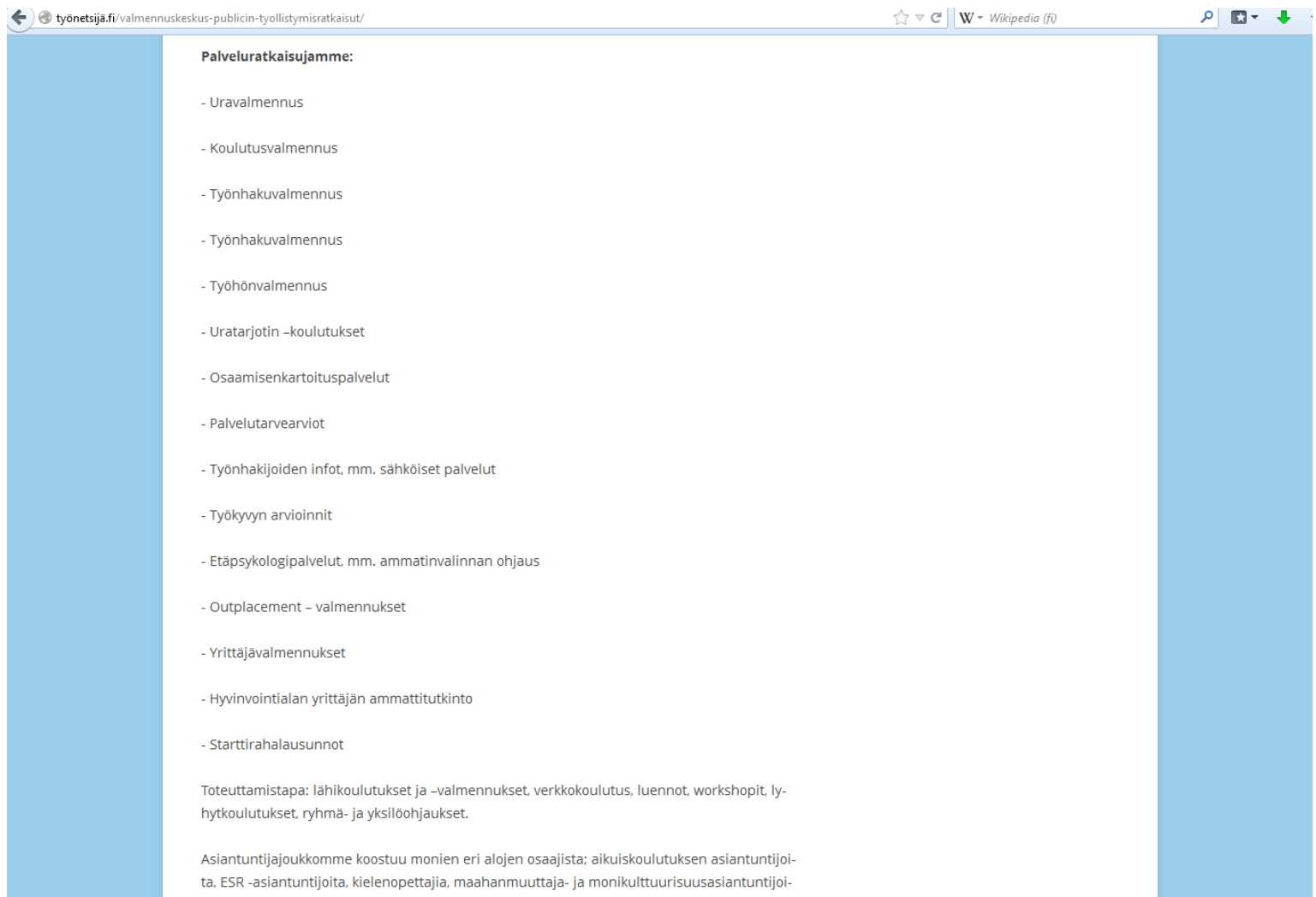
TYÖLLISYYDEN KUNTAKOKEILU

<http://www.turku.fi/kuntakokeilu>

UUTiset

[Vielä ehtii mukaan!](#) 30.10.2013
[Uusi CV-paja keskiviikkona 16.10 klo 14.30-16.30](#) 20.9.2013
[CV-paja Varissuolla 18.9 klo 14-16](#) 16.9.2013
[Kysely työnantajille](#) 15.8.2013

Liite 5. Työetsijä-sivusto/ Valmennuskeskus Publicin palvelut

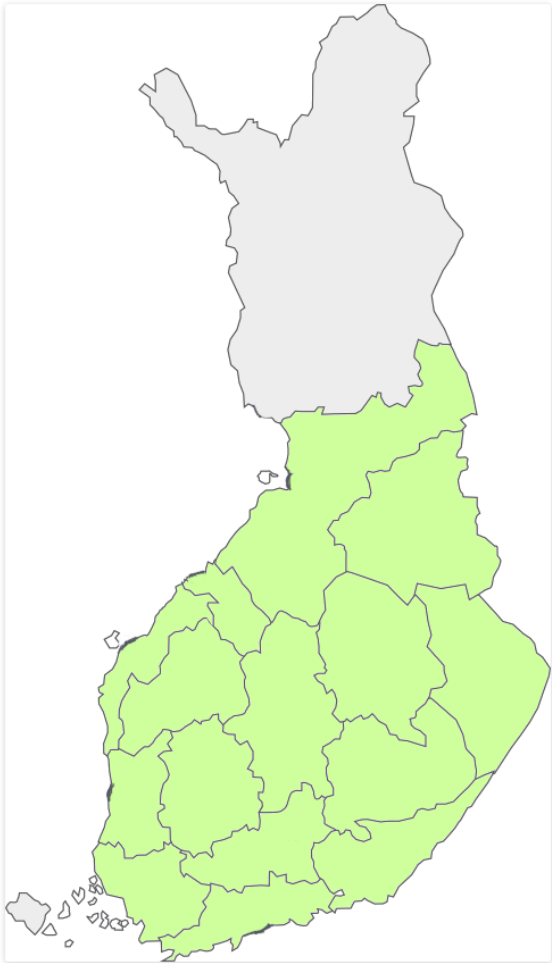


Liite 6. Työetsijä-sivusto/ Valmennuskeskus Publicin toiminta-alue

työetsijä.fi/valmennuskeskus-publicin-työllistymisratkaisut/

W - Wikipedia (fi)

Toteutamme monipuolisesti erilaisia työllistymisratkaisuja näillä alueilla:



TYÖLLISYYDEN KUNTAKOKEILU

<http://www.turku.fi/kuntakokeilu>

UUTISET

[Vielä ehtii mukaan!](#) 30.10.2013

[Uusi CV-paja keskiviikkona 16.10 klo 14.30-16.30](#) 20.9.2013

[CV-paja Varissuolla 18.9 klo 14-16](#) 16.9.2013

[Kysely työnantajille](#) 15.8.2013

Liite 7. Ohjausnäköymä/ Varmuuskopiointi

työnettsija.fi/wp-admin/admin.php?page=backup-to-dropbox

Wikipedia (fi)

Työnettsijäpalvelu - Valmennuskeskus Publ... 2 0 Uusi

Moi admin

Ohjausnäköymä

Artikkelit

Media

Linkit

Sivut

Kommentit

Ulkoasu

Lisäosat

Käyttäjät

Työkalut

Asetukset

WPB2D

Asetukset

Backup Monitor

Maksulliset lisäosat

Pilota valikko

WordPress Backup to Dropbox

Versio 1.8

Dropbox-tilin tiedot

Valmennuskeskus Public, sinulla on **2GB** / 2GB (100%) vapaana

Poista Dropboxin valtuutus

Seuraava kopiointi

Seuraava varmuuskopiointi ajastettu 2014-01-18 klo 00:00:00

Historia

Kopiointi valmistui Saturday January 11, 2014 klo 01:35:38
Kopiointi valmistui Saturday January 4, 2014 klo 03:32:28
Kopiointi valmistui Saturday December 28, 2013 klo 00:45:23
Kopiointi valmistui Saturday December 21, 2013 klo 01:05:17
Kopiointi valmistui Saturday December 14, 2013 klo 01:05:07
Kopiointi valmistui Friday November 15, 2013 klo 14:40:09

Tyhjennä historia

Asetukset

Tallenna varmuuskopio wpb2d hakemiston alihakemistoon ☒ työnettsija

Päivä ja aika Lauantai klo 00:00 Päivä ja aika, jolloin kopiointi suoritetaan Dropboxiin.

Toistumisväli Viikottain Kuinka usein kopiointi Dropboxiin suoritetaan.

Tiedostot ja hakemistot, joita ei kopioida

Valitse tiedostot ja hakemistot, joita ei varmuuskopioida. Hakemiston saa auki klikkaamalla sen nimeä.
Huomaa: Tietokannan SQL kopioidaan aina talteen huolimatta siitä, mitä alla on valittu.